

Buku manajemen pemasaran menekankan bahwa tugas pemasaran bukan lagi memonopoli departemen pemasaran saja. Sebaliknya, pemasaran merupakan kegiatan dari semua departemen di dalam suatu perusahaan. Konsep Pemasaran Holistik yang mengakui bahwa segala sesuatu bisa terjadi pada pemasaran. Oleh karena itu, pemasaran harus dikelola (manage) dengan sistemik agar tujuan pemasaran dapat tercapai sesuai target perusahaan. Materi buku ini merupakan perpaduan antara aplikasi teoritis dan aplikasi pragmatis dalam dunia pemasaran saat ini.

Selain itu, buku ini dapat pula digunakan sebagai acuan bagi para mahasiswa program sarjana dan pascasarjana serta praktisi, pemerhati, dan kalangan profesional yang berminat mendalami bidang pemasaran

